

УДК338.48 (711.455)

АНАЛИЗ СЕЗОННОСТИ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

О. В. Отто

Алтайский государственный университет, г. Барнаул

ANALYSIS OF TOURISM SERVICES SEASONALITY

O. V. Otto

Рассмотрено проявление сезонности в туристской индустрии Алтайского края. На основе статистического анализа выделены сезонные колебания в реализации туристских услуг.

Ключевые слова: сезонность, туристские услуги, статистический анализ.

The trait of seasonality in Altai krai tourism industry was viewed. Seasonal rises and falls in tourism services realization was separated in terms of statistical treatment.

Key words: seasonality, tourism services, statistical treatment.

Важнейшей особенностью туристического бизнеса является подверженность резким сезонным колебаниям спроса на туристский продукт.

Под сезонностью понимается устойчивая закономерность внутригодовой динамики того или иного явления, которая проявляется во внутригодовых повышениях или понижениях уровней того или иного показателя на протяжении ряда лет. Применительно к туристской индустрии сезонность — это устойчиво (из года в год) повторяющаяся, характерная для данного места цикличность туристической деятельности, связанная с изменением условий рекреации. С экономической точки зрения она представляет собой повторяющиеся колебания спроса с чередующимися пиками и спадами [4].

Сезонность в туризме оказывает значительное влияние на рентабельность всех туристских предприятий, а также других производств, ориентированных на обслуживание туристов. Особенно это сказывается на предприятиях с высокой трудоемкостью и капиталоемкостью, а также на сфере услуг. Сезонный спад вызывает временное высвобождение рабочей силы [1]. Влияет он и на распределение издержек производства, что тесно связано с политикой цен на товары и услуги для туристов и т. д.

Изучение сезонности в туризме позволяет не только выявить степень влияния природно-климатических условий на формирование потока туристов, установить продолжительность туристического сезона, а также определить экономические последствия сезонности на уровне региона и туристической фирмы и разработать комплекс мероприятий по снижению сезонной неравномерности в обслуживании туристов и т. п.

В основу исследования были положены статистические данные об объеме туристских услуг, оказанных населению с учетом неформальной экономики на территории Алтайского края [3].

Под туристской услугой понимается совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста или экскурсанта, отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта. К ним относятся услуги туроператоров по формированию и реализации пакетного тура (комплекса услуг по перевозке, размещению, питанию туристов, экскурсионные услуги, услуги гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия); услуги турагентов по реализации пакетного тура потребителю; по экскурсионному обслуживанию, т. е. услуги по организации поездок граждан с познавательными целями без осуществления ночевки в коллективном средстве размещения и не входящие в стоимость тура, а также услуги объектов туристической индустрии по обслуживанию туристов, оплаченные в составе пакетного тура [2].

По данным Управления Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов на начало 2015 г. в Алтайском крае функционировало 946 туристических предприятий. Основу туристской индустрии края составляют коллективные средства размещения,

(690 предприятий) и туристические фирмы, количество которых составляет 225 единиц. Общий объем туристских услуг с учетом неформальной экономики за период с 2000 по 2012 г. увеличился с 15,5 до 959 млн рублей (рис. 1). После стремительного роста середины 2000-х гг. и сокращения в 2008–2009 гг. рост объемов оказанных услуг возобновился. Среднемесячный объем реализации туристских услуг в Алтайском крае вырос до 107 млн рублей (рис. 2).

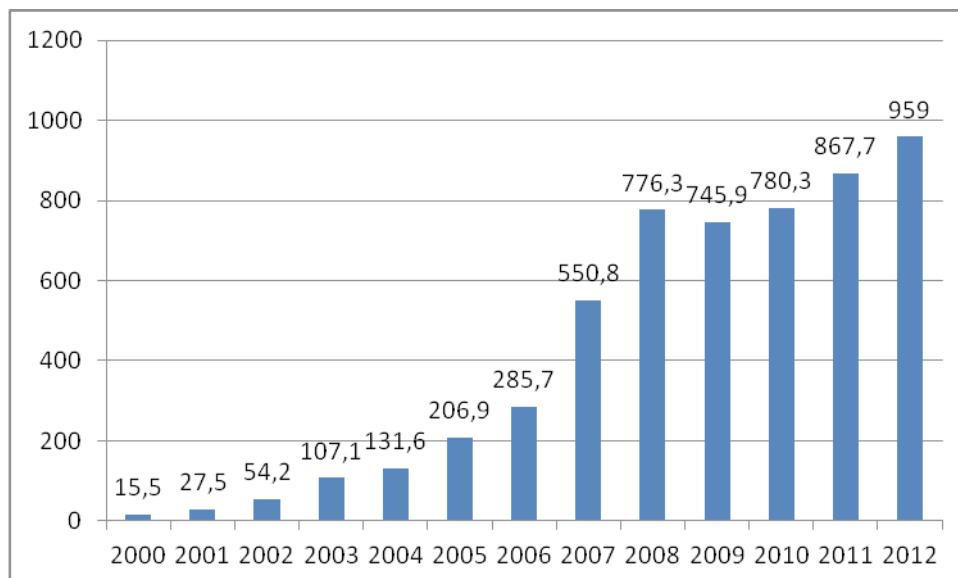


Рис. 1. Динамика объема туристских услуг населению с учетом неформальной экономики, миллионов рублей (построено по данным [3])

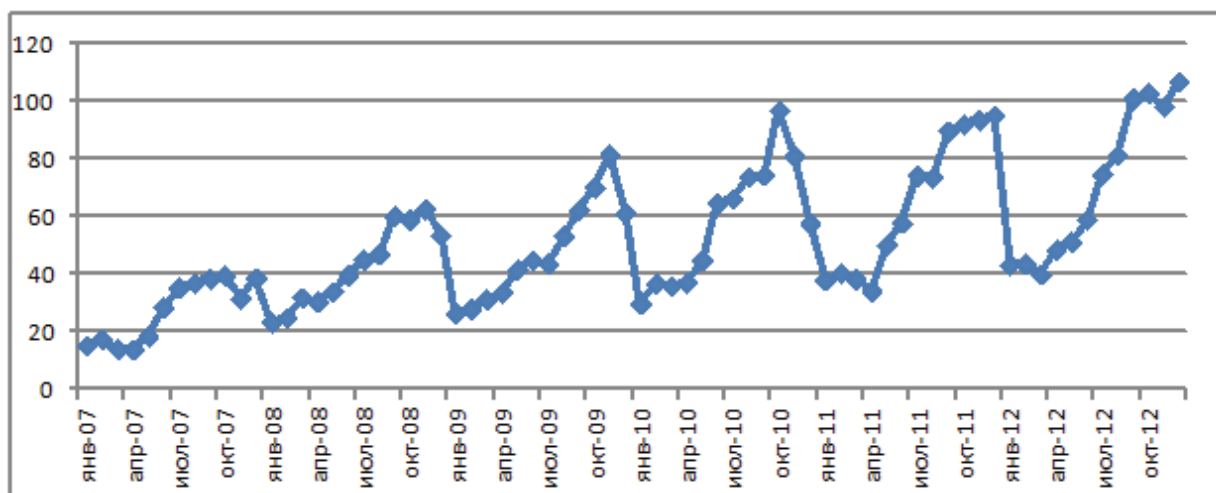


Рис. 2. Динамика среднемесячных объемов туристских услуг с учетом неформальной экономики (2007–2012 гг.)

Динамика среднемесячных объемов туристских услуг демонстрирует наличие ярко выраженной сезонности. Сезонные колебания измеряются при помощи индексов сезонности, которые рассчитываются как процентное отношение средних месячных уровней за ряд лет к общему среднемесячному объему реализованных услуг за весь расчетный период по формуле:

$$I_s = \frac{y_i}{y} \cdot 100, \quad (1)$$

где y_i — средняя для каждого месяца, y — среднемесячный уровень для всего ряда.

Таблица

Индексы сезонности оказания туристских услуг

Период	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Средние за 2007–2012 гг.
январь	55,9	54,9	55,2	51,2	58,8	61,1	56,2
февраль	63,9	58,9	58,3	63,5	62,4	61,7	61,5
март	51,6	74,7	65,1	61,8	59,3	56,6	61,5
апрель	51,2	71,7	70,1	63,7	53	68,6	63,1
май	67,9	79,6	86,4	77,2	77,6	72,5	76,9
июнь	104,6	93,2	93,1	110,9	89,3	83,1	95,7
июль	128,9	105,6	90,6	113,5	114,6	105,2	109,7
август	135,1	110,2	110,6	126,7	113,5	114,6	118,5
сентябрь	140,5	141,1	129	127,5	138,3	142,4	136,5
октябрь	144,2	138,3	145,4	166	142,1	144,9	146,8
ноябрь	115,5	146,4	168,9	139	144,3	138,5	142,1
декабрь	140,9	125,4	127,2	98,9	146,9	150,7	131,7

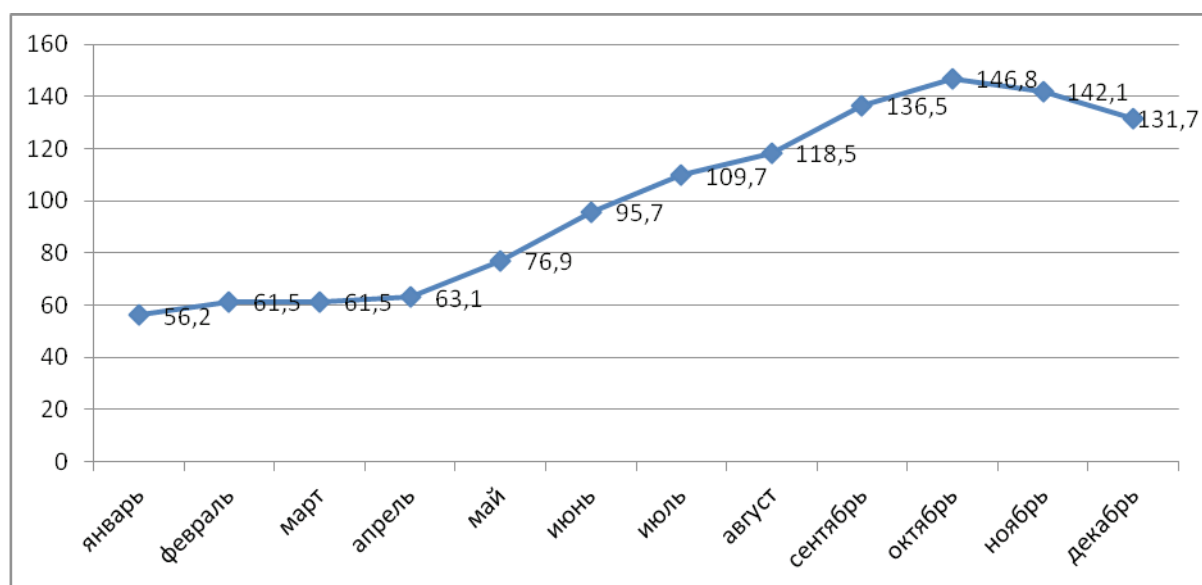


Рис. 3. «Сезонная волна» оказания туристских услуг

Проведенные расчеты (табл.) показывают, что в оказании туристских услуг на территории Алтайского края наблюдается ярко выраженная сезонность. Активность реализации туристских услуг начинает возрастать летом, и устойчивые сезонные пики максимального спроса отмечаются в октябре-ноябре. Индекс сезонности в эти месяцы превышает 140%. Более низкие объемы реализации характерны для зимних и весенних месяцев.

Полученные данные противоречат распространенным представлениям летнем периоде, как о высоком сезоне в туризме. Очевидно, что в летние месяцы с наиболее благоприятными условиями для рекреационной деятельности и наблюдается наибольший поток туристов. Однако сезонность в туризме определяется не только влиянием природных условий, но и социально-экономическими факторами. В первую очередь, это структура потребления товаров и услуг, формирование платежеспособности спроса посредством предложения, наличие свободного времени (массовые отпуска, школьные и студенческие каникулы) и др. Кроме того, сезонность спроса зависит также и от вида туризма. Наиболее ярко сезонные процессы проявляются в пляжном и горно-лыжном направлениях и менее выражены в деловом и экскурсионно-познавательном туризме. На наш взгляд, полученные результаты свидетельствуют о высокой доле в структуре продаж туристических фирм края зарубежных туров.

Сезонные колебания нельзя ликвидировать, но их интенсивность возможно снизить. На практике для этого используют разнообразные методы. В период низкого спроса проводятся рекламные туры, корректируется ценовая политика. Но основным направлением является разработка и продвижение новых видов турпродукта, не подверженных сезонным колебаниям. Это, прежде всего, развитие делового и событийного туризма, а также социального туризма для целевых групп. Внедрение инновационных форм обслуживания способствует сглаживанию сезонной неравномерности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Даудова А. А. Организационно-экономические основы повышения эффективности использования потенциала предприятий индустрии туризма : автореф. дис. ... канд. эконом. наук. — Махачкала, 2009. — 28 с.
2. Об утверждении Указаний по заполнению в формах федерального статистического наблюдения показателя «Объем платных услуг населению» : Приказ Росстата от 23.07.2009 № 147 [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12069100/>.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю [Электронный ресурс]. — URL: <http://ak.gks.ru/>.
4. Цехла С. Ю., Окуловский А. С. Признаки сезонности в туризме // Менеджмент предпринимательской деятельности : материалы десятой науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и докторантов. — Симферополь : ДИАЙПИ, 2012. — С. 122–128.

УДК 911.3 (571.62)

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В МОДЕЛИ КАДАСТРА ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ

И. Н. Ротанова, Н. Ф. Харламова
Алтайский государственный университет, г. Барнаул

APPROACHES TO DEVELOPMENT OF THE INDICATORS SYSTEM FOR THE HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE ESTIMATIONS IN MODEL OF THE TOURIST RESOURCES CADASTRE

I. N. Rotanova, N. F. Kharlamova

Статья посвящена вопросам разработки системы показателей оценки историко-культурного наследия кадастра туристских ресурсов. Рассмотрены различные факторы и показатели, которые могут быть учтены в кадастре. Показана необходимость выполнения исследования системы показателей для кадастра туристских ресурсов Алтайского края. Ключевые слова: историко-культурное наследие, оценка историко-культурных ресурсов, кадастр туристских ресурсов, Алтайский край.

The article is devoted to questions of indicators system development for the historical and cultural heritage estimations of the tourist resources inventory. Various factors and indicators which can be examined in the cadastre are considered. Need of performance of the indicators system research for the tourist resources cadastre of Altai Krai is shown. Keywords: historical and cultural heritage, estimation of the historical and cultural resources, cadastre of tourist resources, Altai Krai.